

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ชัยนันท์ นันทพันธ์. ประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล. กรุงเทพมหานคร : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด, 2536.

ดวงรัตน์ คูเจริญ และรัตนาวดี สิริทองदार. คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาตามความคิดเห็นและความต้องการของหัวหน้างาน. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2534.

ดิน ปรัชญพฤทธิ. วิชาชีพและจรรยาบรรณ. กรุงเทพมหานคร : โครงการ Global Competence Project, 2540. (อัคราเนนา)

ดิน ปรัชญพฤทธิ. ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. 2536.

ทองศักดิ์ นิเวศน์รังสรรค์. การศึกษาเปรียบเทียบที่สถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. นักบริหารและงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท 222 วิภาวดี จำกัด, 2539.

บุญเกื้อ ควรหาเวช. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ (บางเขน) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2537.

ปรมะ สตะเวทิน และคณะ. รายงานการวิจัยเรื่องสถานภาพของบุคลากรและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. สถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและรัฐวิสาหกิจ.
กรุงเทพมหานคร : กรมประชาสัมพันธ์, 2539.

ระเด่น ทักษิณา. "คุณสมบัตินักประชาสัมพันธ์" เอกสารประกอบการสัมมนาการประชาสัมพันธ์.
18-19 กรกฎาคม 2526.

ลักขณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : เพ็ญฟ้า, 2540.

วัฒนา พุทธางกูรานนท์. การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
2525.

วิจิตร อวาระกุล. การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2539.

วิรัช ภักดิ์คนกุล. การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2540.

ศูนย์ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และโฆษณา. นันททัศนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.
กรุงเทพมหานคร : สหมิตรการพิมพ์, 2531.

สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย. รายงานการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง จริยธรรมสำหรับ
นักประชาสัมพันธ์, 2535.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์
และพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.

สุเทพ เคชะชีพ. คุณสมบัติและภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ในองค์กร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2532.

สุพิน ปัญญาภัก. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน้าที่ 6-10
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย, 2530.

เสรี วงษ์มณฑา. 108 การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท A.N. การพิมพ์, 2541.

เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท A.N. การพิมพ์, 2540.

อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน. แบบสอบถาม : การสร้างและการใช้. กรุงเทพมหานคร :
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน. วิธีวิเคราะห์ตัวประกอบ. กรุงเทพมหานคร : คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Alanazi, A.D. Public Relations Role Models in the Kingdom of Saudi Arabia : Dissertation

Abstract International, Vol. 54-11, Section A, 1993.

Archarya, L. "Public Relations Environments." Journalism Quarterly. (Autumn), 1985: 11-29.

Auster, C.J. The Sociology of Work : Concepts and Cases. California : Pine Forge Press, 1996.

Brody, E.W. "The Credentials of Public Relations : Licensing ? Certification ? Accreditation ?"

Public Relations Quarterly (Summer), 1984: 79-96.

Broom, G.M. and Dozier, D.M. "Advancement for Public Relations Role Models." Public

Relations Review, 1986: 154-180.

Cameron, G.T. et al. "Developing Standards of Professional Performance in Public Relations."

Public Relations Review. (Spring), 1936:53-78.

Center, A.H. and Jackson, P. Public Relations Practices. Englewood Cliff, N. J : Prentice Hall,

1995.

Chandler, R.C. and Plano, J.C. Public Administration Dictionary. New York :

John Wiley & Sons, 1982.

Cutlip, S.M. and Center, A.H. Effective Public Relations. 5th Edition Englewood Cliff, N.J. :

Prentice - Hall, 1978.

Ekachai, D. "Applying Broom's Role Scales to Thai Public Relations Practitioners."

Public Relations Review. (Winter), 1995: 115-136.

Greenwood, E. "Attributes of a Profession." Social Work 2 (July), 1957: 45-71.

Grunig, J.E. and Hunt, T. Managing Public Relations. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1984.

Grunig, J.E. "Organizations and Public Relations : Testing a Communication Theory." Journalism Monographs No. 46, November 1976: 98-116.

Grunig, J.E. "Toward A Multi - Purpose Public Relations Theory." Public Relations Journal, Vol. 31. No. 1 January, 1975: 51-72.

Hair, F.J. et al. "Multivariate Data Analysis". 4th Edition Prentice Hall, Englewood Cliffs, N.J., 1995.

Hart, C. Doing a Literature Review, London : Sage Publications Ltd., 1998.

Jenkins, F. Essentials of Public Relations. Singapore : Heinemann Asia, 1992.

Jelkin, F. Public Relations. 4th Edition. London : Pitman Publishing, 1994.

Jennings, M. Perfect PR. London : Arrow Business Books, 1995.

Lesly, P. Everything You Wanted to Know About Public Relations. 4th Edition. Singapore : 3.3 Mubarak & Brothers PTE. LTD., 1993.

Lesly, P. Lesly's Public Relations Handbook. 3rd Edition. Prentice - Hall, Inc. Englewood Cliffs, N.J., 1983.

Lippitt, G.L. Organization Renewal : A Holistic Approach to Organization Development. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1982.

Lloyd, H. Public Relations. 2nd Edition. London: The English University Press, 1971.

Marston J.E. Modern Public Relations. Mc Graw - Hill Book Company, 1979.

Mc. Curdy, H.E. Public Administration : A Synthesis, Reading, Mass : Cummings Publishing Co. 1977.

Mc. Quail, D. and Windhal, S. Communication Models for the Study of Mass Communications. New York: Longman Publishing, 1993.

Mc. Quail, D. Mass Communication theory An Introduction. 3rd Edition. London Thousand Oaks New Delhi : Sage Publication, 1994.

Nelson, A.R. "The Professional Dilemma," PR Update, November, 1994.

Nolte, L.W. Fundamental of Public Relations. 2nd Edition. New York : Pergamon Press, 1979.

Sallot, L.M. et al. "WPR Educators and Practitioners Identify Professional Standards," Journalism of Mass Communication Educator. (Summer), 1998: 128-136.

Sallot, L.M. et al. "Professional Standards in Public Relations : A Survey of Educators." Public Relations Review. (Fall), 1997: 41-69.

Simon, R., Wylie, W.F. Cases In Public Relations Management. Lincolnwood, Illinois : NTC Publishing Group, 1993.

Terry, R.G. Principles of Management : Homewood, Illinois ; Richard D. Irwin, Inc., 1960.

Wilcox, D.L., Ault. P.H., Agee, W.K. Public Relations Strategies and Tactics. Harper Collins
Publisher Inc., 1992.

Winner, P. Effective PR Management. 2nd Edition London : Kogan page Limited, 1993.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สัมภาษณ์

กันทิมา ณะโสภณ. สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2542.

จระไน แกลโกศล. สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2542.

จุฑารัตน์ ธนไพศาลกิจ. สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2542.

พงศ์ทิพย์ เทศะภู. สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2542.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2542.

พรรณเพ็ญ กองกันทะ. สัมภาษณ์, 21 ธันวาคม 2542.

มัทนา เหลืองนาคทองดี. สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2542.

มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ. สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม 2542.

ลักขณา จำปา. สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2542.

วิไล เคียงประดู่. สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2542.

สุพิน ปัญญาภัก. สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2542.

สุรนา หงษ์ทอง. สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2542.

เสวี วงษ์มณฑา. สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2542.

อัจฉราพร ณ สงขลา,มล. สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2542.

อัจฉสิทธิ์พรณ อมรวิวัฒน์. สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2542.

เอิร์ช สายสว่าง. สัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2542.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก
แบบสอบถาม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์กับบทบาทและลักษณะการดำเนินงาน
 ประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากร

1. อายุ.....ปี

2. ประสบการณ์ทำงานด้านประชาสัมพันธ์.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาสูงสุด

 นิเทศศาสตร์ /วารสารศาสตร์ สาขา..... สาขาวิชาอื่น ๆ โปรดระบุ.....

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001 - 15,000 บาท
- 15,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 25,000 บาท
- 25,001 - 30,000 บาท
- ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป

6. หน่วยงานที่สังกัด โปรดระบุชื่อองค์กรและสังกัด

- ราชการ
หมายเลขโทรศัพท์.....
- รัฐวิสาหกิจ
หมายเลขโทรศัพท์.....
- ธุรกิจเอกชน
หมายเลขโทรศัพท์.....

7. ระดับในการทำงาน โปรดระบุตำแหน่งและระดับชั้น

- ผู้ปฏิบัติการ
- ผู้บริหารระดับกลาง
- ผู้บริหารระดับสูง

ส่วนที่ 2 ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์

กรุณาขีดเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงที่ท่านเป็น / ปฏิบัติ

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. พื้นฐานการศึกษาในระดับปริญญา เป็นสิ่งสำคัญมากต่อการ ทำงานประชาสัมพันธ์					
2. สิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมการทำงานคือ การได้รับการศึกษาฝึก อบรม ด้านการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
3. ประสบการณ์ทำงานด้านอื่น มีความสำคัญมากกว่าการ มีประสบการณ์ ทำงานด้านประชาสัมพันธ์สูง					
4. ผลที่ได้รับจากการวิจัย เป็นพื้นฐานสำคัญมากที่ใช้ในการ วางแผนรณรงค์โครงการประชาสัมพันธ์					
5. ทักษะในการบริหารเวลาและทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อองค์กร เป็นทักษะสำคัญในการทำงานประชา สัมพันธ์					
6. การปฏิบัติตามกระบวนการทำงานประชาสัมพันธ์เป็น เพียงหลักการทางวิชาการ ซึ่งในทางปฏิบัติจริง ไม่ สามารถทำได้ครบทั้งกระบวนการ					
7. จรรยาบรรณวิชาชีพ เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมากใน การติดต่อกับสื่อมวลชน					
8. จรรยาบรรณวิชาชีพ เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงอย่างมากใน การประสานงานกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย					
9. บุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้การรับรองอย่าง ดีในฐานะที่เป็นนักประชาสัมพันธ์					
10. ทักษะด้านการพูดเพียงทักษะเดียว มีความจำเป็นมากใน การทำงานประชาสัมพันธ์					
11. กลยุทธ์การวิจัยเป็นพื้นฐานสำคัญมากที่ใช้ประกอบการ ดำเนิน โครงการประชาสัมพันธ์					
12. กลยุทธ์การวิจัยเป็นพื้นฐานสำคัญมากที่ใช้ในการ ประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์					

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เลข ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
13. การมีใบอนุญาตประกอบอาชีพนักประชาสัมพันธ์ เป็น สิ่งที่สำคัญมากต่อความเป็นนักวิชาชีพ					
14. การเผยแพร่ข้อความประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็น สิ่งสำคัญมากในการทำงานประชาสัมพันธ์					
15. การเสนอรายงานเอกสารด้านการประชาสัมพันธ์ต่อ ลูกค้า/ผู้ว่าจ้าง/ผู้บริหารเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องดำเนินการ อย่างดี					
16. ทักษะการเขียน และบรรณาธิกรณ์ข้อเขียนเพื่อการ ประชาสัมพันธ์มีความสำคัญน้อยมากในการทำงาน ประชาสัมพันธ์					
17. ทักษะการผลิตสื่อโสตทัศนูปกรณ์และงานกราฟิกเพื่อ ผลิตงานประชาสัมพันธ์มีความสำคัญน้อยมากในการทำ งานประชาสัมพันธ์					
18. ทักษะการบริหารงบประมาณเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต่อองค์กรมีความสำคัญน้อยมากในการทำงานประชา สัมพันธ์					
19. ระดับเงินเดือนที่ได้รับมีความเหมาะสมอย่างมากกับ ระดับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์					
20. การที่องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดได้ส่วนหนึ่งที่ สำคัญอย่างยิ่งเกิดจากการจัดการบริหารงานประชา สัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ					
21. การได้รับการพิจารณาเรื่องตำแหน่งงานอย่างมีความ เสมอภาคทางเพศ เป็นสิ่งสำคัญต่อการทำงานประชา สัมพันธ์มาก					
22. การได้รับการพิจารณาเรื่องตำแหน่งงานอย่างมีความ เสมอภาคด้านเชื้อชาติเป็นสิ่งสำคัญต่อการทำงานประชา สัมพันธ์มาก					
23. การมีตำแหน่งงานประชาสัมพันธ์ที่ระบุภาระหน้าที่อย่าง ชัดเจนอยู่ในแผนภูมิขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ ทำงานได้อย่างชัดเจนมากขึ้น					

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
24. การมีส่วนร่วมอยู่ในกลุ่มผู้บริหารที่อำนาจตัดสินใจในระดับสูงขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานประชาสัมพันธ์					
25. การให้ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า / กลุ่มเป้าหมาย เป็นหน้าที่เสริมเพียงส่วนหนึ่งในการทำงานประชาสัมพันธ์					
26. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเน้นการเผยแพร่ข้อมูลด้านบวกขององค์กร ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก					
27. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยเน้นการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อถือได้และเป็นความจริงเกี่ยวกับองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือภาพลักษณ์ที่ดี เป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก					
28. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ และมีการทำวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการสนับสนุนสินค้า บริการและองค์กรเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก					
29. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารสองทางและมีการทำวิจัยเพื่อประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรและกลุ่มเป้าหมายไปพร้อมกันเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก					
30. ความสามารถในการทำงานต้อนรับมีความสำคัญมากกว่าความสามารถในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์					
31. การที่ผู้บริหารขององค์กรให้ความสำคัญ และยอมรับการทำงานทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปได้ด้วยดี					
32. อำนาจการตัดสินใจในระดับงานประชาสัมพันธ์ที่รับผิดชอบทั้งหมดที่มีอยู่สมควรขึ้นตรงต่อผู้บริหารสูงสุดขององค์กร					

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
33. ความคิดสร้างสรรค์มีความจำเป็นน้อยมากต่อสายงาน นักประชาสัมพันธ์					
34. การมีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นเรื่องสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการทำงานร่วมกับสื่อมวลชน					
35. การมีความรู้เรื่องสินค้า บริการ ธุรกิจขององค์กร ตลอดจนคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญน้อยมากสำหรับนักประชาสัมพันธ์					
36. หน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือการให้คำแนะนำปรึกษาด้าน การประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง แม่นยำแก่ผู้บริหารองค์กร					
37. ความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญน้อย มากสำหรับนักประชาสัมพันธ์					
38. การที่ตนเองมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในฐานะที่เป็นนักประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากกว่าการที่องค์กรมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก					
39. ความสามารถในการใช้วิธีการทางประชาสัมพันธ์มา แก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับเล็กถึง ระดับใหญ่เป็นคุณสมบัติสำคัญอย่างมากของนักประชาสัมพันธ์					
40. การทำงานประชาสัมพันธ์มีความต้องการอย่างมากให้ บุคลากรกลุ่มน้อยเพียงจำนวนหนึ่งภายในองค์กรให้ ความร่วมมือยอมรับ สนับสนุน					
41. การนำสิ่งแปลกใหม่ เช่น เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อพัฒนาวงการประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ เสริมเพียงส่วนหนึ่งของนักประชาสัมพันธ์					
42. การจัดการประเด็น และข่าวต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์กรเป็น หน้าที่เสริมเพียงส่วนหนึ่งของการทำงานประชาสัมพันธ์					
43. การทำงานใกล้ชิดและขึ้นตรงต่อผู้บริหารสูงสุดของ องค์กรเป็นเรื่องสำคัญในการทำงานประชาสัมพันธ์					

ความเป็นนักวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
44. นักประชาสัมพันธ์มีโอกาสน้อยมากในการเข้าร่วมประชุมงานสำคัญกับผู้บริหารระดับสูงขององค์กร					
45. นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่าการประชาสัมพันธ์เชิงรุก					
46. การมีผู้คนจำนวนมากที่ให้ความเชื่อถือ ศรัทธาต่อการทำงานประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสนับสนุนการดำเนินงานที่สำคัญอย่างยิ่ง					
47. การที่พนักงาน / ลูกค้า / กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ มีความรู้สึกภาคภูมิใจในองค์กร มักเกิดจากความสำเร็จด้านอื่น ซึ่งการประชาสัมพันธ์เข้าไปมีส่วนร่วมสร้างความรู้สึกดังกล่าวนี้ค่อนข้างน้อย					
48. ศิลปะในการถ่ายทอด สอนงานแก่ลูกน้องมีความจำเป็นน้อยมากในการทำงานประชาสัมพันธ์					
49. การมีความรู้ ความเข้าใจในระบบการประชาสัมพันธ์ทั้งระบบมีความสำคัญน้อยมากต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
50. การใช้วัสดุทัศนภัณฑ์อื่นกว้างไกลมีความสำคัญน้อยมากสำหรับการทำงานประชาสัมพันธ์					
51. ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องของ "คน" เป็นสิ่งจำเป็นในการทำงานประชาสัมพันธ์					
52. การเป็นสมาชิกสมาคมวิชาชีพนักประชาสัมพันธ์สามารถรองรับความเป็นนักวิชาชีพได้เป็นอย่างดี					
53. การทุ่มเท อุทิศตนเพื่อให้งานประสบความสำเร็จเป็นเพียงอุดมคติ ไม่ใช่การปฏิบัติงานจริง					
54. การเป็นผู้บรรยายด้านการประชาสัมพันธ์ในสถาบันต่าง ๆ ถือเป็นผู้ได้รับการยอมรับจากสังคมระดับหนึ่ง					
55. ทำงานด้วยความจริงใจ ไม่เสแสร้งเป็นเพียงหลักการซึ่งไม่สามารถปฏิบัติได้ในการทำงานประชาสัมพันธ์					

ความเป็นกวีวิชาชีพของนักประชาสัมพันธ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
56. การเป็นตัวแทนสำคัญขององค์การในการพบปะบุคคลหรือแถลงข่าว ถือเป็นอีกหน้าที่หนึ่งที่สำคัญมากของนักประชาสัมพันธ์					
57. ทักษะการสื่อสารทั้งทักษะการฟัง พูด อ่านและเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญต่อการทำงานประชาสัมพันธ์					
58. การได้รับการศึกษาในสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์โดยตรงเป็นพื้นฐานสำคัญอย่างมากในการทำงานประชาสัมพันธ์					
59. การสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นน้อยมากต่อการดำเนินงานใด ๆ ขององค์การ					
60. ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสื่อมวลชนเป็นเรื่องที่นักประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญน้อยมาก					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 บทบาทของนักประชาสัมพันธ์

กรุณาขีดเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงที่ท่านเป็น / ปฏิบัติ

บทบาทของนักประชาสัมพันธ์	แสดงบทบาท				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไร้มค เลย
ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ข้าพเจ้า...					
1. เป็นผู้กระตุ้นให้ทุกคนในฝ่ายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกับเรื่องสำคัญ ด้านการประชาสัมพันธ์					
2. เป็นผู้บริหารจัดการทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์					
3. เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อความสำเร็จ / ความล้มเหลวของงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์					
4. เป็นผู้วางแผนและให้คำแนะนำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาในด้านการประชาสัมพันธ์					
5. เป็นผู้เสนอแนะวิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อต้องทำงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับผู้บริหาร					
6. เป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจนโยบายการสื่อสารในองค์กร					
7. เป็นตัวแทนหน่วยงานเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ ตลอดจนการพบปะสังสรรค์					
8. เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจของฝ่ายบริหารขององค์กร					
9. ทำงานร่วมกับผู้บริหารเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ให้ลุล่วง					
10. ผู้อื่นในองค์กรตระหนักว่าเป็นผู้มีส่วนในความ สำเร็จ / ล้มเหลวของงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์					
11. ทำงานเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กร					
12. เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่พนักงานคนอื่นรวมทั้งลูกน้อง					
13. เป็นผู้สร้างความน่าเชื่อถือ ให้แก่องค์กรซึ่งถือเป็นงานสำคัญมาก					
14. เป็นผู้เชื่อมโยงงานจากทุกฝ่ายในองค์กรเพื่อให้เกิดภาพในระดัปลใหญ่เมื่อต้องจัดงานสำคัญ					

บทบาทของนักประชาสัมพันธ์	แสดงบทบาท				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ข้าพเจ้า...					
15. เป็นผู้นำสิ่งใหม่ๆ เข้ามาสู่องค์กรเพื่อให้เกิดการพัฒนา					
16. เป็นผู้รายงานผลการสำรวจประชามติเพื่อให้ฝ่ายบริหารรับทราบ					
17. เป็นผู้รายงานความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อนโยบายเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การให้ฝ่ายบริหารรับทราบ					
18. เป็นผู้วิเคราะห์ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ และอธิบายให้ผู้อื่นในองค์กรทราบ					
19. เป็นผู้ประเมินผลการสื่อสารเพื่อสามารถระบุปัญหาด้านการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างองค์การกับประชาชน					
20. เป็นผู้เข้าไปปรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรภายในและภายนอกองค์การ					
21. เป็นผู้ปฏิบัติตามกระบวนการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ เมื่อมีโอกาสทำงานร่วมกับผู้บริหาร					
22. เป็นผู้เชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้พิจารณาจากความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา					
23. เป็นผู้ประสานงานกับผู้บริหาร พนักงานขององค์การรวมทั้งสื่อมวลชน และบุคคลภายนอกองค์การ					
24. เป็นผู้ผู้ตรงกลางระหว่างองค์การกับลูกค้า หรือ กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ขององค์การ					
25. เป็นเหมือนหน่วยข่าวกรอง ที่ต้องรู้ความเคลื่อนไหวและผลกระทบใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การ					
26. เป็นผู้ทำหน้าที่ทุกอย่างเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดีกับองค์การ					
27. เป็นผู้เขียนข้อมูลสำคัญขององค์การเพื่อเป็นข้อความประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ					
28. เป็นผู้ติดต่อกับสื่อมวลชนและทำข่าวแจก					
29. เป็นผู้ติดตามการรายงานเรื่องราวต่าง ๆ ขององค์การจากสื่อมวลชนและ นำมาแจ้งให้บุคลากร ในองค์กรรับทราบ					
30. เป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวและข้อมูลเกี่ยวกับสื่อมวลชน					
31. เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดงานแถลงข่าว					

บทบาทของนักประชาสัมพันธ์	แสดงบทบาท				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ข้าพเจ้า...					
32. เป็นผู้ติดต่อกับผู้คนในสังคมหลายวงการ ในฐานะนักประชาสัมพันธ์ขององค์การ					
33. เป็นผู้ทำแผ่นพับ หนังสือ และเอกสารเผยแพร่ข้อความประชาสัมพันธ์					
34. เป็นผู้ถ่ายรูป ทำกราฟฟิคเพื่อเป็นสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์					
35. เป็นผู้รับผิดชอบด้านเทคนิคการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์					
36. เป็นผู้ทำอาร์ตเวิร์ค เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์					
37. เป็นผู้สามารถใช้เครื่องมือโสตทัศนูปกรณ์ที่เป็นเครื่องมือ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้					
38. นอกเหนือจากงานด้านเทคนิค เป็นผู้ทำงานเสริมอย่างอื่นเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ เช่น เขียนข่าว					
39. เป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้และทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ แก่ลูกน้องในฝ่ายประชาสัมพันธ์					
40. เป็นผู้ชี้เนื้อหาสาระที่เข้าใจง่ายในการสื่อสารประชาสัมพันธ์					
41. เป็นผู้รู้จักเลือกสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยคำนึงถึงกาลเทศะเป็นสำคัญ					
42. เป็นผู้เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างรอบคอบ เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด					
43. เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้และทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สถาบันต่าง ๆ					
44. เป็นตัวแทนสำคัญ ที่เป็นเหมือนสัญลักษณ์ขององค์การ					
45. เป็นโอรมขององค์การ เมื่อมีการจัดงานสำคัญ					

ประวัติผู้วิจัย



นางสาวกุลธิดา ธรรมวิทักษ์ เกิดวันที่ 29 ตุลาคม 2512 ที่อำเภอชนบุรี กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวารสารศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่งเหรียญทอง) สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2533 สำเร็จการศึกษาปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารพัฒนาการ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2537 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ.2539

สำหรับประสบการณ์ทำงาน ได้เข้าทำงานเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ตั้งแต่ พ.ศ. 2534 และร่วมทำงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย หลังจากนั้นได้เลื่อนตำแหน่งหน้าที่การงานตามลำดับต่อไปนี้ พ.ศ.2538 ตำแหน่งหัวหน้าสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ พ.ศ.2540 รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และอาจารย์ประจำโครงการนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารการตลาด) มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย